

# Öffentlichkeitsarbeit als Aufgabe auf dem Weg zur und als Pfarreiengemeinschaft

## Grundsätzliche Überlegungen, Checklisten und Beispielpfarrbriefe

Veröffentlicht: Donnerstag, 15 April, 2010 - 08:40

*Szene 1: Sieben Ortschaften sind in den 90-er Jahren drei eigenständige Pfarreien und eine zu einer Pfarrei gehörige Kuratie mit zwei Filialen. Im Jahr 2007 sind diese sieben Kirchtürme zu einer Pfarreiengemeinschaft geworden. Dokumentiert wurden die Schritte dorthin durch kurze Meldungen im Pfarrbrief, dass der Pfarrer der größten Pfarrei zunächst für die eine Pfarrei und nach ein paar Jahren auch für die andere Pfarrei samt Kuratie und Filialen als zuständiger Pfarrer ernannt wurde. Pfarrgemeinderäte und Kirchenverwaltungen waren in den Prozess eingebunden. Die Gründung der Pfarreiengemeinschaft ist kurz, knapp und gültig verlaufen.*



[1]

© Sarah Frank

*Szene 2: Ebenfalls seit den 90-er Jahren teilen sich drei Pfarreien und eine Kuratie einen Pfarrer. Zwei benachbarte Pfarreien und eine Kuratie sind ebenfalls mit einem Pfarrer besetzt. Im Jahr werden auch diese sieben Kirchtürme zu einer Pfarreiengemeinschaft. Auf dem Weg dorthin haben eine zweijährige Begleitung durch die Gemeindeberatung die Gremien einander näher gebracht. Die Gremien entwickeln einen konstruktiven Stil die einander gemeinsam betreffenden Fragen zu klären und die Eigenständigkeit der jeweiligen Gemeinden im Verbund mit den anderen im Rahmen der Möglichkeiten schätzen und bewahren zu lernen. In der Presse, im Pfarrbrief und bei Pfarrfesten und anderen Gelegenheiten wird immer wieder von den Fortschritten und Rückschlägen berichtet. Ein offenes Gemeindeforum für alle sieben Gemeinden, eine Radtour von Kirchturm zu Kirchturm mit kreativer Vorstellung der jeweiligen Gemeinde und eine festlicher Tag mit Gottesdienst und Festbetrieb sind öffentliche Ereignisse, die die Gründung der Pfarreiengemeinschaft besiegeln. Viel Aufwand, Aufsehen und Arbeit - geht das nicht auch einfacher?*

Die beiden Szenen zeigen, wie unterschiedlich der Prozess der Gründung einer Pfarreiengemeinschaft sein

kann. Steht in der Szene 1 mehr die Information im Vordergrund, kommt es den Beteiligten in Szene 2 auf eine Kommunikation möglichst vieler mit möglichst vielen an um die Grundlage für ein Zusammenwirken zu schaffen. Szene 1 zeigt das Mindestmaß an Öffentlichkeitsarbeit, während in Szene 2 eine Vielfalt an Kommunikationsmöglichkeiten und -formen deutlich macht, dass Öffentlichkeitsarbeit nicht nur Information, sondern auch und vor allem Kommunikation bedeutet.

## Öffentlichkeitsarbeit in Pfarreiengemeinschaften

Wer ist für die Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich? Wie kann sie konkret aussehen? Dazu eine grundlegende Aussage und 7 Thesen zur Umsetzung:

*„Zur Aufgabe des Pfarrgemeinderates gehört es, die verschiedenen Gruppierungen, Verbände und Anliegen in einer Pfarrei und im Pfarrverbund zu vernetzen. ... Als öffentliches Vertretungsgremium der ganzen Gemeinde ist es ihm ein wichtiges Ziel, Transparenz zu schaffen und sowohl eigene Themen und Projekte wie auch die anderer Gruppierungen und Initiativen professionell in der Öffentlichkeit darzustellen. Der Pfarrgemeinderat mit dem Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit trägt in besonderer Weise dazu bei, dass dies gelingt. ...*

*Die Seelsorgerinnen und Seelsorger einer Pfarrgemeinde tragen durch ihre Rolle und ihr Amt eine wesentliche Verantwortung für das Erscheinungsbild einer Pfarrgemeinde. Durch ihre Person prägen sie den Kommunikationsstil in der Begegnung mit Einzelnen, Gruppen, der Gottesdienstgemeinde und den Bewohnerinnen und Bewohnern einer Gemeinde oder Stadt.“*

Was hier für den Pfarrgemeinderat, den Sachausschuss Öffentlichkeitsarbeit und die Seelsorgerinnen und Seelsorger im „Grundlagenpapier zur Öffentlichkeitsarbeit in der Pfarrgemeinde“ (Die deutschen Bischöfe, Publizistische Kommission, Nr. 24, 15. März 2001) als Aufgabe beschrieben wird, erhält in der aktuellen Situation eine besondere Brisanz. Veränderungen bringen nicht selten auch Verunsicherung mit sich. Rechtzeitige und umfassende Information und Kommunikation kann Verunsicherung abbauen und den Weg ebnen, gemeinsam in die Zukunft zu gehen. In sieben kurzen Thesen mache ich deutlich, wie dies konkret gehen kann:

### 1. Öffentlichkeitsarbeit ist eine Kernaufgabe.

Gerade in Zeiten der Umgestaltung ist die Information aller Beteiligten eine wesentliche Voraussetzung für das Gelingen dieses Prozesses. Es beginnt in der Konferenz der Hauptamtlichen und setzt sich fort in den Gremien und Gruppen. Ebenso wichtig ist es alle Gemeindemitglieder über den Stand der Überlegungen und Entscheidungen auf dem Laufenden zu halten und nach Möglichkeit in die Kommunikation einzubeziehen. Menschen haben ein sehr sensibles Gespür dafür, ob sie mit ihren Argumenten und Überlegungen ernst genommen werden und gefragt sind. Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit ist es, Meinungen und Argumente aufzunehmen und das Gespräch darüber zu fördern.

## 2. Schaffen Sie Transparenz durch Kommunikation.

Was in der diözesanen Planung für eine Pfarreiengemeinschaft vorgesehen ist, muss bei den Hauptamtlichen und den verantwortlichen Gremien ankommen. Die Überlegungen und Entscheidungen aus Pfarrgemeinderatssitzungen gilt es öffentlich zu machen und mit den Leuten in den Gemeinden ins Gespräch zu kommen. So ist Öffentlichkeitsarbeit immer ein Kommunikationsprozess nach Innen und nach Außen. Je mehr es gelingt, transparent und nachvollziehbar Gründe und Entscheidungen zu kommunizieren, desto größer die Chance, dass die Menschen sich die Argumente auch zu eigen machen und den Weg der Umgestaltung mittragen. „Tue Gutes und rede darüber.“ - Diese Regel der Öffentlichkeitsarbeit ist ein Maßstab, an dem sich immer wieder ablesen lässt, was und wieviel die Menschen aus der Pfarrei und von der Pfarreiengemeinschaft erfahren: Was und wie bekommen Sie mit, worüber im Pfarrgemeinderat und Pfarreiengemeinschaftsrat gesprochen wird?

## 3. Machen Sie den Leuten kein X für ein U vor.

Die Bildung von Pfarreiengemeinschaften ist nicht nur eine Chance, sondern in mancher Hinsicht auch Last und Verzicht auf eingespielte Gewohnheiten. Es ist dem Prozess förderlich auch der Ablehnung und den Bedenken Raum zu geben und nicht nur ausschließlich von Chance und Gewinn zu sprechen. Auch hier ehrlich und offen den Preis einer veränderten Situation zu benennen, fördert die Vertrauensbasis unter den Beteiligten, die für den weiteren Weg Grundvoraussetzung ist. Beschönigen Sie nicht. Legen Sie Fakten, Zahlen und Gründe auf den Tisch. Und benennen Sie auch die Chancen.

## 4. Lernen Sie vom Beispiel des Langstreckenläufers.

Vertrauen aufzubauen ist ein langer und manchmal mühsamer Weg. Es braucht viele kleine Schritte um das Ziel zu erreichen. Hier zeigt sich Öffentlichkeitsarbeit manchmal von der anstrengenden Seite:

Immer wieder und regelmäßig Besprechungen planen um alle auf dem gleichen Stand zu halten. In der Presse und im Pfarrbrief regelmäßig die Entwicklungen darstellen. Kontakte pflegen und am Puls der Meinungen sein. Die persönliche und mediale Kommunikation braucht Kraft und einen langen Atem.

Hier kann der Langstreckenläufer ein gutes Beispiel sein, der regelmäßig und mit dem Willen das Ziel zu erreichen seine Runden dreht. Auch er wird nicht jeden Tag hoch motiviert sein - aber um seiner Berufung willen starten.

## 5. Öffentlichkeitsarbeit kostet Zeit und Geld.

Öffentlichkeitsarbeit ist nicht zum Nulltarif zu haben. Informationen sammeln, aufbereiten und veröffentlichen, das kostet Zeit und Geld. Viele haupt- und ehrenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bringen hier viele, viele Stunden ein. Um effektiv arbeiten zu können, brauchen sie die entsprechenden technischen Voraussetzungen wie Computer, Software und Arbeitsmaterialien. Ebenso wichtig ist aber auch eine qualifizierte Ausbildung, wie Pfarrbriefe, Presstexte, Plakate und eine Homepage erstellt und

gestaltet werden können. Motivieren Sie sich und ihre Mitarbeiter an Kursen teilzunehmen und holen Sie sich auch im Internet unter [www.pfarrbriefservice.de](http://www.pfarrbriefservice.de) [2] Rat und Unterstützung.

Ebenso wichtig ist, für den Druck des Pfarrbriefs und anderer Veröffentlichungen entsprechende Mittel im Haushalt einzuplanen. Wer bei der Öffentlichkeitsarbeit spart, spart am falschen Platz. Nur informierte Mitglieder sind gute und aktive Mitglieder. Nur informierte Spenderinnen und Spender sind gute und großzügige Spenderinnen und Spender.

## 6. Medienvielfalt statt Einfalt.

Der Pfarrbrief, die lokale Presse, Plakate und Handzettel, die Schaukästen, die Homepage im Internet, persönliche Anschreiben und Einladungen - die Liste der Medien ist vielfältig mit den Menschen in Kontakt zu kommen und zu bleiben. Diese Vielfalt können Sie einsetzen und nützen, denn eine Nachricht allein wird leicht überlesen. Es braucht die Wiederholung an anderer Stelle, damit es bei den Leserinnen und Lesern „hängen bleibt“.

## 7. Knüpfen Sie das Beziehungsnetz weiter.

Damit die Menschen aus verschiedenen Pfarreien sich mit der Zeit als Pfarreiengemeinschaft erleben und fühlen, braucht es gemeinsame Berührungspunkte. Eine gemeinsame Wallfahrt, ein Fest, ein Begegnungsabend, eine Radtour von Pfarrei zu Pfarrei - gemeinsame Erlebnisse ermöglichen das Kennenlernen und die Wertschätzung des anderen. Die Begegnung untereinander ist ein Grundanliegen der Öffentlichkeitsarbeit. Es geht um das Knüpfen eines Beziehungsnetzes. Durch das Medium Pfarrbrief können die Menschen persönlich erreicht und angesprochen werden. Ob es schon gleich ein Pfarrbrief für die gesamte Pfarreiengemeinschaft ist oder zunächst bestehende Pfarrbriefe erhalten bleiben, diese Frage ist nicht schnell zu beantworten. Hier ist die Situation zu sichten und eine angemessene Antwort zu suchen, die die Entwicklung des Zusammenwachsens berücksichtigt. Nützen Sie dazu das Beratungsangebot Ihrer Diözese vor Ort.

*Johannes Simon, Pastoralreferent Diözese Würzburg, Leiter von Pfarrbriefservice.de*

---

### Links

[1] <https://www.pfarrbriefservice.de/image/grafik-bunt-tischfussball>

[2] <http://www.pfarrbriefservice.de>